

EL MODERNISMO, EL REALISMO Y EL SURREALISMO EN LA FOTOGRAFÍA DE MODA EN EL SIGLO XX

Natalia Mancebo y Nekane Parejo
Universidad de Málaga

La fotografía ha dejado de ser considerada la hermana menor de la pintura. El elevado incremento de público en las salas de exposiciones y la progresiva cotización en alza de la obra fotográfica es una muestra de su mayoría de edad. Sin embargo, no todos los géneros fotográficos se encuentran en esta situación y adquieren la consensuada consideración o categoría de arte. De hecho, en la actualidad la fotografía de moda no posee ese reconocimiento globalizado o generalizado como obra artística. No todos los sectores sociales coinciden en afirmar que la situación actual de este género camine en la dirección acertada para ser incluida dentro de la denominación de corriente o disciplina artística.

En la fotografía de moda se produce un proceso o acto de comunicación, puesto que el fin principal por el que se realiza esa imagen no es otro que el comercial. Es decir, se publican una serie de imágenes dirigidas a llamar la atención de un determinado público. Como acto de comunicación, se sujeta a un lenguaje propio, a unos códigos determinados en los que tanto el emisor como el receptor se basan para intercambiar un mensaje. En definitiva, realizar un proceso comunicativo donde el emisor es el fotógrafo, siempre condicionado por una firma (empresa) de ropa que defenderá una línea comercial y estética. La masa receptora es el público al que van dirigidas esas instantáneas que componen el mensaje o soporte propiamente dicho. Pero lo que todavía está en discusión es si existen unos códigos icónicos propios de éste género fotográfico.

De acuerdo con Umberto Eco, en su libro *La Estructura Ausente. Introducción a la Semiótica*, se puede confirmar la presencia de esos códigos icónicos propios. El problema es que todavía no están clasificados de manera teórica, estructurados o definidos, puesto que la libertad creativa del fotógrafo de moda está parcialmente limitada por la finalidad, la cultura, la necesidad y capacidad de percepción de la masa receptora. De hecho en una fotografía de este tipo podemos encontrar características de autor tan válidas como en otras imágenes consideradas como artísticas; lo único es que la autoría creativa del fotógrafo de moda se fusiona con una serie de símbolos de estilo y/o convencionalismos debido a la necesidad de comunicación. Esto facilita la lectura por parte de la masa receptora, ya que no podemos olvidar el fin comercial de este género.

A lo largo de la historia de la fotografía de moda hemos visto, encabezado por distintos autores, un intento para que este género sea aceptado o clasificado no sólo como arte o disciplina artística, sino como género fotográfico con su propio lenguaje. De hecho, cuando un fotógrafo de moda al plasmar cualquier artículo de vestir deja de reproducir la realidad y representa o introduce un contexto y una serie de novedades técnicos-formales para expresar su mensaje, ha encontrado su propio sistema de signos que, por tanto, pueden ser considerados como un lenguaje formal.

Desde sus comienzos a mediados del siglo XIX y durante un periodo histórico extenso, la fotografía de moda mantuvo una intención de aparentar similitud a la pintura. De hecho, por su capacidad de instantaneidad, la fotografía en muchas ocasiones ha sido utilizada como soporte o herramienta que facilitaba la elaboración de un retrato, escultura o cuadro paisajista gracias a esa capacidad tan aproximada de representación de la realidad de manera más o menos objetiva y rápida. (Al hablar de objetividad nos referimos a la fotografía lo más realista posible sin entrar en el dilema de la veracidad contenida en las imágenes.)

Estas primeras instantáneas de moda parecen cuadros o retratos en los que solía aparecer una figura humana con la cara inclinada y la mirada perdida al infinito u observando un paisaje que le rodeaba para así conseguir centrar la atención de la imagen en el vestido que llevaba. La postura de la modelo, de gran hieratismo, adoptaba poses propias de los retratos de la época; como, por ejemplo, colocar una de las manos en la cadera en forma de arco. Además, la composición del plano situando al modelo en un lado del encuadre dejando ver el horizonte paisajístico, es claramente una muestra de la referencia tan marcada a la pintura.

Sin embargo, al analizar estas imágenes podemos apreciar la intención de elevar este género a categoría artística. Aunque se realizaba con un fin primordialmente social y económico, debemos tener en cuenta que para estas fotografías sólo posaban las mujeres de clase social alta, luciendo sus vestidos y demostrando así su estatus social superior. La fotografía de moda adquiría así un valor de exclusividad y posición dentro de un entorno o estatus social semejante al de la pintura. Por ello, durante muchos años los fotógrafos de moda utilizaron códigos artísticos-estéticos propios de la pintura.

Los principios de la fotografía de moda datan en los años 40 y 50, aunque su uso comercial y publicitario no se producirá hasta 1880-1890 cuando aparecieron las tarjetas de visitas que contenían imágenes de modelos y que se usaban para promocionar a las sastrerías.

En la década de años cuarenta, Octavius Hill y Robert Adamson realizaron en Edimburgo unos calotipos donde aparecían retratados Mrs Napier y Lady Mary Ruthren de una manera muy peculiar. En ambas imágenes la atención no se centraba en sus rostros sino en otros detalles como eran sus indumentarias. Curiosamente Lady Mary aparece de espaldas a la cámara y Mrs Napier incluso con los ojos cerrados. Ambos calotipos son muestras de aquellas fotografías que se realizaban para marcar el estatus social del individuo a partir de su vestimenta.

Aunque estas imágenes no se realizaban con el fin comercial al que va sujeto la moda, sí pueden ser consideradas como los inicios de la fotografía de moda debido al valor documental que poseen puesto que en ellas la importancia o atención no recae sobre el rostro del retratado sino sobre la atuendo con la que posaba.

En estos años la fotografía no contaba con un avanzado desarrollo técnico (puesto que necesitaba largos tiempos de exposición) y por tanto tampoco con un lenguaje propiamente fotográfico. Por ello, los primeros retratos fotográficos repetían los esquemas estéticos de los retratos pictóricos como son la pose estática, erguida y la utilización de un paisaje o contexto determinado como elemento que el autor de la imagen utilizaba para introducir y aportar una serie de valores a la figura retratada. Esto último es lo que nos permite ver la diferencia en las imágenes realizadas en estos años entre un retrato fotográfico y una fotografía de moda. Mientras que en el retrato el paisaje o contexto se utiliza para aportar una serie de sensaciones o cualidades al retratado, en la fotografía de moda no contaba nada, sólo se utilizaba como recurso para situar al personaje de espalda o con la cara inclinada dirigiendo la mirada a otro lugar y poder centrar la atención visual de la imagen en la indumentaria.

Aunque en estas fotografías la ropa adquiría un valor presencial, en ningún momento habían sido realizadas con la intención de vender moda.

Ya en 1880, aparecerán las primeras imágenes de modelos en tarjetas de visitas con la función de promocionar una sastrería. Con los avances técnicos el proceso fotográfico abarataba la actividad puesto que los resultados se conseguían más rápidamente que con los grabados o pintando las láminas.

Sin embargo, por razones comerciales los fotógrafos consideraron que la fotografía de moda tenía que seguir pareciéndose lo más posible a la pintura puesto que el público estaba acostumbrado a los dibujos y figurines de moda publicados en hasta entonces. A partir de este momento, podemos decir que empiezan a surgir fotógrafos de moda puesto que sus imágenes están sujetas a necesidades comerciales.

La primera reproducción directa de fotografía de moda aparecerá en el periódico francés *La Mode Pratique* en 1892, gracias a que la aparición de la técnica del fotograbado permitía acelerar y abaratar el proceso de obtención de la imagen puesto que el propio fotógrafo podía hacer las planchas sin necesidad del paso intermediario de un dibujante o grabador.

Esta primera reproducción directa de una fotografía que sustituiría a la página grabada y en color que hasta entonces solían contener las revistas de moda, sólo tuvo esta primera tirada puesto que este periódico decidió seguir con su estética de láminas a color. Estas fotografías después de ser impresas pasarían a ser iluminadas a color.

Desde 1909, podemos ver publicadas en la revista *Vogue* imágenes de fuerte tendencia pictorialista realizadas por su principal fotógrafo de moda de aquellos años, Barón Adolf de Meyer. El lenguaje y técnica propiamente fotográfica eran tratadas hasta que se asemejaran a la pintura. Así la textura de estas fotografías simulaba las pinceladas de un cuadro. Formalmente podríamos decir que se trataba de retratos en los que el primer plano y la atención visual no se centraba en los rostros sino en el vestido que portaba el personaje que aparecía en la imagen.

Lo que el pictorialismo trajo a la fotografía de moda fue una mayor valoración crítica; dejando de ser considerada tanto por los profesionales y por el propio público como simple documentación. Pero para muchos fotógrafos no era suficiente con ser aceptada como expresión artística. Quisieron demostrar que este género debe ser clasificado como disciplina independiente de cualquier otro medio de expresión artístico, puesto que en él se han ido desarrollando distintos movimientos artísticos acordes a la situación social, política y económica de los distintos contextos históricos por los que ha pasado y en los que han evolucionado una serie de códigos artísticos-estéticos dentro del lenguaje propiamente fotográfico. Se ha construido pues, un lenguaje propio.

En esta comunicación nos centraremos en tres movimientos artísticos como son el Modernismo, el Realismo y el Surrealismo que se desarrollaron y convivieron en un periodo histórico no muy extenso, como fue del 1924 a 1945, y que favorecieron al desarrollo de la fotografía de moda como género sujeto a unos fines comerciales pero no por ello sin pretensiones artísticas.

En primer lugar, haremos referencia a la fotografía modernista porque fue, de los tres movimientos citados, el primero que formó parte de la fotografía de moda. Los otros dos servirían para afianzar esa evolución.

A partir de la primera imagen modernista de moda, los fotógrafos empezaron a desvincularse de esa anterior fijación por la pintura, para adquirir así la consideración de arte, ya que vieron en estos tres movimientos artísticos la existencia de unas cualidades o fuentes de inspiración favorables para los fines publicitarios y comerciales a los que está sujeto este género. A su vez, esto les permitía el desarrollo de una serie de códigos artísticos dentro del lenguaje fotográfico que posibilitó la aplicación de un lenguaje propio de la fotografía de moda. Es en este momento, donde cualquier tipo de relación que encontremos en la fotografía de moda con otras artes no será más que referencias a otras disciplinas artísticas, fruto de la fusión de este género con otros medios artísticos a través de un recurso estético utilizado por el autor de esa fotografía.

El Modernismo en la fotografía de moda.

El Modernismo llegó a la fotografía de moda veinte años después de haber tenido su máximo auge y difusión en otras disciplinas artísticas entre los años 1890 y 1905. La razón por la que la primera instantánea modernista de moda no se realizó hasta 1925 fue porque las ideas y conceptos que defendía el Modernismo se adaptaban como anillo al dedo a la situación y lo que pretendía la fotografía de moda en la segunda mitad de los años 20.

Después de la primera Guerra Mundial, la moda exigía un cambio acorde a las transformaciones sociales y psicológicas que se habían producido en la sociedad. Entre los años 1924 y 1929, periodo en que alcanzó su máxima difusión el Modernismo (en Europa se mantuvo conviviendo a lo largo de los años treinta con el Realismo y Surrealismo) se vive un ambiente de fe en el diálogo, en las relaciones internacionales, en la democracia y en el futuro. Y este optimismo encaja perfectamente con el Modernismo que abanderaba aires de libertad, de romper con el pasado, de renovarse y crear un nuevo estilo que se adecuó a los tiempos modernos. De hecho podemos ver como la fotografía de moda de esos años fue un reflejo de las expectativas y sentimientos positivos que tenía el público al que iba dirigido.

El Modernismo optó por lo práctico y funcional, por la simplificación de la atmósfera. De ahí la importancia que se le daba a las líneas bien definidas y a la sensación de nitidez; dejando a un lado los ambientes difuminados.

El Modernismo es un movimiento abierto a la integración de las distintas manifestaciones artísticas. Esta tendencia de simplificación de escena, el gusto por la nitidez y el rechazo a la imagen recargada propia del pictorialismo se traduce en una preferencia de lo geométrico, decorativo, de ritmos curvilíneos,

Su actitud aperturista le hace abarcar diferentes disciplinas artísticas. Conecta especialmente con tendencias de vanguardia contemporáneas como el Cubismo pero siempre en una línea que resaltaba la naturaleza y lo femenino; opción que favorecía su asimilación por la fotografía de moda.

El Modernismo y la fotografía de moda se aunan en estos años porque perseguían las mismas metas: la necesidad de ruptura con lo establecido, la necesidad de una transformación. Esta irá dirigida a la exaltación de lo positivo, de lo bello, de la libertad. Esta defensa de la libertad coincidirá con la búsqueda de la fotografía de moda de su propio camino donde intenta desligarse de la pintura.

Estos cambios de valores y estilo de vida, la aparición de una nueva imagen más "chic" e independiente y la importancia que se le empezó a dar a lo decorativo, bello y novedoso, coincide con los intereses de la moda y con las funciones publicitarias y comerciales a las que está sujeta la fotografía de moda como es controlar e incrementar la venta de productos de vestir. Pero este cambio no sólo se produjo en aras de cumplir unos objetivos publicitarios y comerciales, sino porque en este gremio de fotógrafos se desarrollaron unas inquietudes basadas en un deseo de ruptura. Quisieron establecer un punto y final con el pictorialismo, eliminar definitivamente el sentimentalismo inherente a esta corriente en la fotografía de moda y utilizar abiertamente las posibilidades que ofrecía este medio para elaborar sus imágenes en busca de su propio lenguaje. Por esta razón, los fotógrafos modernistas de moda defendieron el que nunca más este género debía parecerse a la pintura para ser considerado como arte. En la fotografía de moda modernista se rompen las relaciones figura/fondo que se simplifica hasta casi desaparecer. Esa búsqueda de la naturalidad también tiene influencia del teatro. La importancia que se le concede a la línea geométrica para configurar los contornos se potencia con una luz contrastada que incrementa la sensación de silueta.

El ballet influye de manera notable en las poses de las modelos. Pero será la importancia que le daba a la figura femenina la pintura modernista una de las referencias clave. Se defendía un tipo concreto de mujer: soñadora, misteriosa, libre, sensual pero elegante, incluso picara. Los fotógrafos modernistas eran prácticos, funcionales, sociales ya que no sólo querían llegar a una minoría aristocrática como el pictorialismo sino a más capas sociales. El pionero de este nuevo movimiento artístico en la fotografía de moda fue Edward Jean Steichen¹, que fue contratado tras la guerra por Conde Nast como sustituto del Barón de Adolf de Meyer (principal exponente de la fotografía pictorialista de moda) para trabajar en la revista Vogue en 1923. Tras meditar sobre el panorama en el que se encontraba este género comprendió que era necesario un cambio.

Comienza a retratar primero con un estilo pictorialista al que después introduciría el Modernismo. La obra de Steichen viene influenciada por su biografía. Durante la I Guerra Mundial se encargó de realizar fotografías aéreas que podrían haber agudizado su gusto por la nitidez. La dureza de la contienda le marcó al querer mostrar la realidad tal cual pero siempre con unos matices estéticos. Fue un investigador nato que estuvo interesado en la experimentación en el laboratorio. Posteriormente en su etapa modernista, indagó sobre las posibilidades expresivas y límites formales del medio fotográfico. En su manera de trabajar buscaba lo proporcionado, lo más sencillo; todo lo contrario a las densas atmósferas pictorialistas.

El progresivo abandono de la tendencia pictorialista de Steichen y el paulatino surgimiento de características que definirán el movimiento modernista se muestra abiertamente al comparar sus primeras imágenes con instantáneas posteriores. Por ello, en imágenes como *Vitality* (Yvette Guilbert) de 1913, *Eleanora Duse, New York* (1903), *The Firefly* (1907) y *Framed vintage photograph of Lady H* (1908) existe una atmósfera recargada basada en una textura e iluminación muy similar a la de una pintura. Se trata de unas fotografías donde las modelos posan con rectitud sus vestidos como si de un retrato se tratase, propio de las fotografías pictorialistas.

En cambio, en *Norma Shearer standing beside antique console table* (1935), *Mrs William T. Wetmore wearing satin gown* (1934) y *Thelma Houston in profile with white dress* (1930) hay una búsqueda continua de la nitidez en la imagen, apoyada en un fuerte contraste de blancos y negros y unos juegos geométricos del vestido con el decorado como en *Damaris posing with Art-Deco scarf* (1925) que definen el estilo modernista.

El ballet tuvo mucha aceptación en los años 30 y Steichen se sintió influenciado por los ritmos musicales y las líneas curvas y rítmicas de las figuras. Las modelos tenían que demostrar estar seguras de sí mismas, naturales, vivas, sonrientes. En definitiva, una actitud modernista. Incluso esa simplificación en muchos casos eliminaba la conexión modelo/entorno; lo que potencia la independencia de la mujer que aparece en la fotografía sin ataduras, libre. No hay que olvidar que, en ocasiones, busca un juego visual colocando elementos de la decoración con el estampado o alguna otra característica en común con el vestido.

Además de las características que aportó a la fotografía de moda y que todos los fotógrafos modernistas sucesores mantuvieron, existía un "toque" personal en sus tomas que lo hacían diferente. La brusca fragmentación que claramente podemos apreciar en sus composiciones a partir de la elección o preparación de un fondo o contexto donde situaba a la modelo, o su particular ritmo intrínseco a partir del uso de elementos geométricos y líneas que cambian frecuentemente de dirección y que como resultado aparecían unos contornos fuertemente marcados y totalmente nítidos. Todo esto lo conseguía a partir de tratamientos lumínicos con los que creaba fuertes contrastes de luz y de sombra fruto de sus

investigaciones tanto en la iluminación natural y artificial que puso al servicio de la fotografía de moda. Sus instantáneas son fácilmente reconocibles por el marcado tratamiento de los distintos matices de blanco y/o negro al contraste extremo. Con *Black* introduce la noción de silueta en la fotografía de moda incluso con el riesgo de que los detalles del vestido apenas se apreciaran, simplemente sus contornos.

La fotografía modernista de moda tuvo un gran impacto publicitario no sólo porque los conceptos que defendía iban acordes con el contexto económico, político y social de la época en que se desarrolló, sino porque el tratamiento y evolución que se realizó de las cualidades técnicas, demostró la existencia de un lenguaje propio a partir del que se podían conseguir fines comerciales y a su vez, romper cualquier tipo de ataduras con la pintura.

El Modernismo optó por transmitir sensación de naturalidad, libertad y realidad, lo que significa alejarse por completo de la recargada ornamentación del pictorialismo. Decide hacerlo evitando profundizar psicológicamente en la modelo y las manipulaciones en el montaje propio de la fotografía pictorialista. Por otro lado, busca ese aspecto de realidad a través de lo específicamente fotográfico. En ocasiones, lleva tan al límite las cualidades técnicas que le proporciona la naturaleza del medio fotográfico para conseguir impacto publicitario, que resta espontaneidad resultando las imágenes bastante estáticas y teatrales.

El Realismo en la fotografía de moda

Esta época de optimismo y esplendor tendría sus días contados a partir de 1929 con el crack de la bolsa que sume a la sociedad americana en una crisis económica cuyas consecuencias afectarán de manera generalizada a todos los países. Esto supondrá un cambio en el ambiente social donde el optimismo y la fe en el diálogo serán sustituidos por un ambiente de pesimismo y desencanto. Se pierde la confianza en los valores que se defendían años atrás y desaparece la solidaridad y la democracia.

Aparece por parte de los individuos, la necesidad de una vía de escape, ya fuera de manera reflexiva hacia el interior del ser humano que opta por abstraerse (el Surrealismo) o mediante el registro de la realidad afrontando la crisis conscientemente.

A partir de los 30 el Modernismo se vio suplantado por el Realismo aunque permanecerá una tímida muestra modernista durante algunos años sobre todo en Europa. En este periodo de entreguerras es el Realismo el que influye en las diferentes disciplinas artísticas. Es una aproximación sincera a la sociedad.

En Europa, este Realismo se llevó al extremo más crudo surgiendo una serie de fotógrafos que se autoproclamaron "La Nueva Objetividad" que capturaron con sus objetivos los años de posguerra. Aunque como es lógico Europa, devastada por la I Guerra Mundial, no tenía en esos momentos un claro interés por la moda. En Estados Unidos, el Realismo se expresó con menos contundencia registrando el quehacer cotidiano de los ciudadanos del país.

Podemos considerar el Realismo como el estilo más innovador que se ha desarrollado en el campo de la fotografía de moda ya que supuso una importante transformación de la misma. Esta corriente buscará la naturalidad llevada a su máxima expresión; el realismo puro, la espontaneidad, movimiento e instantaneidad. De hecho, utilizará la representación del movimiento como su principal herramienta de trabajo. Será de la mano del fotógrafo Mukancsi², donde la fotografía de moda aparezca sugiriendo el movimiento como un elemento difuso que posee dinamismo. Claro ejemplo de ello es *Seelenverwandt* donde la modelo aparece corriendo y saltando en la playa.

Aunque Martin Munkacsy fue el que realizó la primera fotografía realista de moda, Alexey Brodovitch, director artístico de la revista *Happer's Bazaar* en New York (1934), preparó el ambiente idóneo para que el Realismo de Munkacsy tuviera una gran aceptación por parte del público.

Brodovitch apostaba y arriesgaba por la búsqueda de lo original, creativo, admitiendo la utilización de materiales poco corrientes y aceptando toda propuesta que pudiera captar la atención del espectador. Atrajo a la revista a artistas intelectuales del momento como Dalí y Cocteau. Supo tener un buen dominio y conocimiento de la publicidad logrando con todas sus iniciativas novedosas y originales acabar con el conservadurismo visual. Siempre dio prioridad a la liberación del proceso creativo a la hora de realizar una fotografía. También es mérito suyo que las distintas manifestaciones artísticas que se encontraban sujetas a aspectos comerciales, abandonaran el miedo a rechazar los modelos de trabajo establecidos y arriesgarse así a no ser entendido. En definitiva, consiguió que la búsqueda de la innovación, de lo creativo se vendiese, pero sobre todo que llegara a convertirse a partir de este momento en una de las directrices a las que se sujeta la moda a la hora de potenciar la venta de su producto.

Retomando a Martin Munkacsy, fue en 1934 cuando publicó su primera fotografía de moda en la revista *Happer's Bazaar* donde perfectamente se apreciaban las características que definirían lo que sería considerado como fotografía realista de moda. Destaca por ser el máximo defensor de la fotografía de moda instantánea. Sus imágenes son puro realismo, busca continuamente la espontaneidad y la naturalidad de la modelo que posa. Para ello utiliza como principales instrumentos el escenario al aire libre, la instantaneidad y el movimiento, siendo estos dos últimos aspectos sus aportaciones más notables ya que anteriormente algunos fotógrafos modernistas como el propio Steichen habían utilizado escenarios exteriores para sus fotografías.

La instantaneidad en un principio resultaba poco compatible con la fotografía de moda puesto que realmente no se trataba de una instantánea al uso, sin que la modelo lo supiese. Además las tomas estaban sujetas a unas condiciones publicitarias y comerciales impuestas por el producto. Sin embargo, Munkacsy supo utilizar los elementos propios del medio fotográfico al servicio de este propósito, conseguir esa sensación de realismo inmediato, de naturalidad. Para dar esa sensación de toma robada hacía un uso particular del movimiento. A diferencia de los fotógrafos que le precedieron, él no captura el movimiento deteniendo el tiempo, lo registra de forma difusa y no congelada.

Demandaba modelos que fueran jóvenes, deportistas, vitales y en ningún caso mujeres "chic" o "diosas" como en épocas anteriores. En todo momento quería transmitir la idea de naturalidad. Por ello, la imagen que vendía debía ser a semejanza de la mujer de la época. Estaba en contra de la pose, buscaba que las modelos parecieran ser sorprendidas o retratadas sin que ellas se hubieran dado cuenta, y por ello les pedía que adquirieran actitudes informales y espontáneas.

A diferencia de los pintores u otros fotógrafos realistas, a Munkacsy nunca le interesó realizar un estudio psicológico de sus modelos para transmitir su personalidad, algo que era muy común en los retratos realistas. Éstas carecían de personalidad individualizada. El autor se basaba más en la descripción del vestido para transmitir sensación de realidad y espontaneidad. Con ello, fomenta la idea de que cualquier espectador puede desempeñar el rol de modelo.

Otra de las grandes aportaciones que hizo fue la liberación del encuadre. Ya en la época del Barroco se hacían pinturas en las que las figuras secundarias aparecían con partes de su cuerpo como la cabeza, brazos y piernas cortadas por los límites del cuadro. Sin embargo, Munkacsy será el primero que realizó una imagen en la que el personaje protagonista o en ocasiones el único, aparecía con algu-

na parte del cuerpo seccionada por el encuadre. Esta técnica la utilizaba para aumentar la sensación de dinamismo. Así vemos en *Healthy-body* y *On the beach*, realizadas en 1929, como los encuadres están al servicio del movimiento y la acción, donde lo menos importante es el rostro o transmisión de la personalidad de la modelo.

Con sus tomas estableció las características de las fotografías de moda que posteriormente recogerían sus sucesores. Todos los parámetros técnicos estarán orientados a transmitir instantaneidad. Para estos fotógrafos realistas sus armas fuertes son el movimiento y la desmaterialización. A partir de aquí pierde importancia el estudio de la luz, los detalles, la textura y los volúmenes. Los espacios y objetos simbólicos desaparecerán y será la cámara la que se acerque a registrar a la modelo en un momento concreto.

El Surrealismo en la fotografía de moda.

Que el Surrealismo influenciara a la fotografía de moda era cuestión de tiempo. La naturalidad y espontaneidad del Realismo se agotó para evolucionar hacia contenidos y formas más complejas. Desde su fundación en 1924, el movimiento surrealista había aplicado su manifiesto a todas las disciplinas artísticas que podía abarcar, incluida la fotografía y, por supuesto, la de moda.

Las aportaciones surrealistas se acomodaban en dos direcciones. Por un lado, formalmente se buscaba la experimentación de la técnica fotográfica, los trucos visuales, que pudieran sorprender y romper así las barreras preestablecidas. Si uno de los principios surrealistas era su voluntad provocadora, todos los esfuerzos se encaminaban a encontrar la imagen con mayor audacia visual. Llamar la atención del espectador ya fuera por su admiración o repulsa. Usaban fórmulas como el fotomontaje para conseguir efectos irreales, sacando objetos de su escenario habitual para variarlos en tamaño o forma.

En cuanto a contenido, el mundo irreal de los sueños poblaba la temática utilizada por los surrealistas buscando las imágenes más extrañas que pudieran extraer del subconsciente. Alejados de la naturalidad real y espontánea para acercarse así a una naturalidad mucho más expresiva, oculta, absurda... No retrataban lo que veían sino lo que estaba escondido en las capas subterráneas de la imaginación.

¿Pero cuando se aplican las características surrealistas en la fotografía de moda? Geográficamente tendríamos que situarnos en Francia. Una alta sociedad de posguerra que ambiciona una situación privilegiada de lujo, distinción y extravagancia. Un rechazo a la realidad para refugiarse en un submundo creado a la medida de sus inquietudes artísticas o simplemente narcisistas. Una necesidad de diferenciación cuyos referentes van a ser los artistas del Surrealismo. Unos autores que proponían la introducción de lo irreal, de la ruptura con las reglas restrictivas, la total abstracción del mundo cotidiano. Es evidente que la fotografía de moda utilizó estos ambientes para vender la distinción, lo desconocido, incluso lo prohibido.

Es obligatorio hablar de Man Ray³ como un artista total, revolucionario y rompedor que experimentó y aportó nuevas miras en todas las disciplinas en las que intervino. Tras dominar la pintura, pasó a la fotografía como nuevo medio de expresión donde encontrar originales planteamientos. Man Ray no entendió, como otros contemporáneos, la fotografía de moda como un arte. Aún aplicando innovadoras técnicas y audaces soluciones formales (angulaciones, juegos de espejos, solarizaciones, rayografías...) consideraba este apartado de su obra como un medio de subsistencia económica. De manera contradictoria, introdujo muchas técnicas novedosas que aplicó a sus trabajos en el mundo de la

moda como en Fashion C.1935, donde se aprecia una franja diagonal que cruza toda la imagen cubriendo el vestido con una textura granulada diferente al resto de la fotografía. Esa intención de destacar, de romper, tan característica en los surrealistas crea un enfrentamiento entre la simple función comercial y las pretensiones formales de un artista.

En los años 20, Man Ray se establece en París revolucionando una vez más el panorama europeo. Nadie fotografiaba como él, todo el mundo quería imitarlo; imitar a alguien cuya primera premisa fue siempre hacer todo lo que no se debe hacer.

"Cuando tomaba fotos, cuando estaba en el cuarto oscuro, me saltaba todas las reglas, mezclaba todos los productos más dispares, utilizaba filmes caducados, atentaba contra la química y la fotografía; pero eso no se ve"

Sus fotografías llamaban la atención ya que aportaban valores subterráneos que se añadían a la mera contemplación del vestido. Componentes misteriosos, eróticos o simplemente lúdicos que atraían aun público deseoso de introducirse en mundos personales y alejados de la convención. En 1928 realizó Sin título una imagen donde la modelo a través de la utilización de unos globos se inserta en un ambiente onírico, diferente a lo que los aficionados a las fotografías de moda estaban acostumbrados a ver. Era capaz de transmitir la elegancia y sensualidad de un vestido de gala en cualquier escenario como en *Fashion 1937* donde un sillón de piel incrustado en un carro de obras es el mobiliario utilizado por la protagonista para sentarse.

Man Ray dio el pistoletazo de salida que más tarde siguieron fotógrafos como Edwin Blumenfeld o Pulham. Estos asentaron las premisas Man Ray para convertirlas en un recurso habitual en la fotografía de moda. Fue este autor quien abrió la puerta del subconsciente, que aunó sus inquietudes estéticas con un género tan comercial como la fotografía de moda. Aportó la rebeldía, la distinción que da lo extraño y lo diferente. Más tarde estos avances pasarían a ser utilizados como un "modus operandi", un procedimiento estándar con el que se perdería su originalidad, frescura y sobre todo su osadía.

Exceptuando a Man Ray, que como él mismo afirmó⁴, no buscaba en ningún momento a la hora de realizar sus fotografías surrealistas de moda posicionar a este género como expresión artística, los fotógrafos surrealistas que lo sucedieron, además de ver la capacidad publicitaria y comercial que tenía esta corriente y la demanda que surge de esta estética en ese contexto histórico concreto, quisieron con esta práctica mantener a la fotografía de moda totalmente vinculada con la denominación de arte.

Esta continua lucha por consolidar a la fotografía de moda en el rango de expresión artística a lo largo de los distintos periodos históricos que han acontecido en el mundo, no es más que el reflejo de las pretensiones que han ido acaeciendo en cada uno de los fotógrafos que a lo largo de la práctica de este género, han visto en ella no sólo un instrumento con un gran fuerza de persuasión y venta sino un medio de expresión artístico totalmente compatible con esos fines comerciales a los que está sujeto la moda. Lo que hasta hoy día han demostrado cada uno de los movimientos artísticos que se han ido desarrollando en la fotografía de moda es su gran capacidad de convicción.

La fotografía de moda viene proporcionando, de la mano de esos códigos y técnicas estéticas que cada una de las corrientes artísticas han puesto a su servicio, un prestigio que le permite dejar de ser considerada únicamente como documento para afianzarse como arte.

NOTAS

- 1 Steichen, Edward, *Una Vida Dedicada a la Fotografía*. Barcelona, Plaza y Janes, 1967.
- 2 Morgan, Susan, Martin Munkacsí: *An Aperture Monograph*. Nueva York, Aperture, 1967
- 3 Para más información sobre este autor se pueden consultar: Ray, Man. *Man Ray (1890-1976)*. Berlín, Edic. Taco, 1989 y *Man Ray*. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.
- Texto extraído del libro: Ray, Man, *Man Ray (1890-1976)*. Berlín, Edic. Taco
- 4 Ray, Man, *Man Ray (1890-1976)*. Berlín, Edic. Taco, 1989.

BIBLIOGRAFÍA

- BARTHES, Roland, *El sistema de la moda y otros escritos*. Barcelona, Paidós Comunicación, 1993.
- F. WALTHER, Ingo, RUHRBERG, Kart, *Arte del Siglo XX: Volumen I*. Taschen, 1999
- COMA-CROS, Daniel, *Las Vanguardias: Expresionismo y Abstracción*. Madrid, Salvat Ediciones, 2006
- STEICHEN, Edward, A *Life in Photography*. Nueva York, 1985
- TAUSK, Petr, *Historia de la Fotografía en el Siglo XX*, Barcelona, 1978
- DE L'ECOTAIS Emmanuelle, WARE Katherine, *Man Ray*. Colonia, Taschen, 1999
- RAY, MAN, *Man Ray (1890-1976)*. Berlín, Edic. Taco, 1989
- YAPP, Nick, Getty Images: *Decades of the 20th*. Londres, Konemann, 2004
- YAPP, Nick, Getty Images: *Decades of the 30th*. Londres, Konemann, 2004
- YAPP, Nick, Getty Images: *Decades of the 40th*. Londres, Konemann, 2004